

УДК 316.776.3

С. В. Венідзіктаў*начальнік кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін**Магілёўскага інстытута МУС,**кандыдат філалагічных навук, дацэнт (Беларусь)***ИНФАРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА VS ИНФДЕМИЯ
У ТЭМАТЫЧНЫМ ПОЛІ COVID-19**

Артыкул прысвечаны аналізу паняцця інфармацыйнай культуры — элемента агульнай камунікатыўнай кампетэнтнасці асобы ва ўмовах «эпідэміі дэзынфармацыі», звязанай з пандэміяй COVID-19 (2020 г.). Разглядаецца індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры як умова недапушчэння спажывання ілжывай альбо некарэктнай інфармацыі — т. зв. фэйкаў («фальшывых навін»), якія атрымалі распаўсюджанне ў інтэрнэт-прасторы. Прыводзяцца прыклады медыйнай маніпуляцыі ва ўмовах «дэмакратыі шуму», звязанага з тэматыкай каранавіруса, вылучаюцца крытэрыі аднясення навін да ліку «фэйкавых». Абгрунтоўваецца неабходнасць фарміравання ў аўдыторыі кампетэнтнай самастойнай дыягностыкі спажываемага медыяпрадукту, выяўлення фэйкавых паведамленняў як інструменту процідзеяння інфадэміі.

S. V. Venidiktov**Information culture vs infodemia in the COVID-19 thematic field**

The article is devoted to the analysis of the information culture concept as an element of the general communicative competence of a person in the context of a “disinformation epidemic” associated with the COVID-19 pandemic (2020). The individual level of information culture is considered as a condition for preventing the consumption of false or incorrect information — the so-called “fakes” (fake news), which have spread throughout the Internet. Examples of media manipulation under the “democracy of noise” conditions related to the theme of the coronavirus are given, the criteria for classifying news as fake are highlighted. The necessity of forming the audience’s competencies of self-diagnosis of the consumed media product, identifying fake messages as a tool to counteract infodemia is substantiated.

Звыклія ўяўленні аб інфармацыйнай культуры як кампаненце сістэмы «мяккіх навыкаў» (soft skills) — істотным, але не крытычна важным элеменце агульнай кампетэнтнасці асобы, характарыстыцы агульнага ўзроўню падрыхтаванасці сучаснага спецыяліста — зараз перажываюць імкліваю трансфармацыю. Падобна да таго, як у свой час традыцыйная пісьменнасць перастала быць прывілеем дамінуючых сацыяльных груп, ператварыўшыся ў безальтэрнатыўны фактар існавання асобы, кампетэнтнасць у інфармацыйнай сферы на працягу апошніх дзесяцігоддзяў стала стрыжневым кампанентам індывідуальнай, сацыяльнай, прафесійнай і культурнай актыўнасці індывіда.

Такія тэндэнцыі выкліканыя, па-першае, аб'ектыўным узрастаннем ролі масавай інфармацыі ў сацыяльных працэсах, па-другое, значнымі зменамі ў камунікацыйнай інфраструктуры, па-трэцяе, трансфармацыяй сусветнай інфармацыйнай сістэмы з дапаможнага, спадарожнага ў цэнтральны элемент палітычнай камунікацыі.

Растлумачым наш тэзіс. Першая яго частка заканамерна вынікае са зместу канцэпту інфармацыйнага грамадства, якое стала рэальнасцю, што прадвызначае новы спосаб існавання асобы ў камунікацыйнай прасторы, арганізацыі эканамічнай дзейнасці, функцыянавання адукацыйнай сферы, захавання і перадачы інтэлектуальных і духоўных рэсурсаў. Другая частка сцвярджэння мае на ўвазе стварэнне і ўдасканаленне новага матэрыяльнага асяроддзя (у першую чаргу, камп'ютарнага) для прадукцыравання, тыражыравання, распаўсюджвання, захоўвання інфармацыі. Нарэшце, узаемасувязь інфармацыйнай культуры і палітычнай камунікацыі вынікае з агульнапрызнанага тэзіса аб тым, што ўсе функцыі сучаснай масавай камунікацыі маюць палітычна рэlevantны характар, а сістэма сродкаў масавай камунікацыі (як традыцыйных СМІ, так і новых медыя) шмат у чым здольная замяніць звыклую сістэму палітычнай камунікацыі.

Названыя абставіны дазваляюць перагледзець і само паняцце інфармацыйнай культуры, якое, на наш погляд, мэтазгодна вывучаць на некалькіх узроўнях: індывідуальным, сацыяльным, агульнатэарэтычным (мадэльным). На індывідуальным узроўні інфармацыйная культура з'яўляецца элементам агульнай культуры асобы, які ўключае ў сябе кампетэнцыі ўсвядомленага спажывання, прадукцыравання і распаўсюджвання інфармацыі, а таксама разуменне агульных заканамернасцей функцыянавання сродкаў масавай камунікацыі і сучаснай медыйнай прасторы. Сацыяльнае вымярэнне інфармацыйнай культуры звязана з агульным станам інфармацыйна-камунікацыйнага асяроддзя ў пэўнай супольнасці, рэалізацыяй прынцыпаў сацыяльнай адказнасці ў дзейнасці медыяструктур, эфектыўнасцю функцыянавання сістэмы зваротнай сувязі ў палітычнай сферы. Агульнатэарэтычны ўзровень інфармацыйнай культуры прадугледжвае стварэнне тэарэтычных мадэлей, якія маюць універсальны характар і дазваляюць апісваць актуальны стан камунікацыйнай прасторы.

У межах дадзенай працы нас, у першую чаргу, цікавіць індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры, а таксама звязаныя з яго развіццём кампетэнцыі індывіда. Да пералічаных вышэй кампетэнцый, на наш погляд, варта дадаць здольнасць да суб'ектыўнай фільтрацыі інфармацыі, асэнсаванага спажывання медыяпрадукту, супрацьстаяння розным формам інфармацыйнай агрэсіі. 2020 год, адзначаны агульнасусветнай барацьбой з распаўсюджваннем

COVID-19, дазволіў казаць пра падобныя кампетэнцыі як пра крытычна важныя для чалавека. Узаемасувязь паміж узроўнем інфармаванасці, дасведчанасці чалавека і яго сацыяльнай актыўнасцю стала як ніколі відавочнай: падзел інфармацыі на рэгулюемую афіцыйную і некантралюемую сеткавую, шырокае распаўсюджванне канспіралагічных тэорый, барацьба камунікацыйных рэсурсаў за лідэрства, актыўнае ўкараненне ў грамадскі дыскурс ілжывых даных і маніпуляцыйных тэхналогій стварылі новую рэальнасць існавання homo communicativus. Найбольшы ўзровень кансалідацыі і падтрымкі супрацьэпідэміялагічных мерапрыемстваў, якія праводзіліся нацыянальнымі ўрадамі, дэманстравалі супольнасці, што характарызуюцца традыцыйна высокім узроўнем камунікатыўнага адзінства (напрыклад, Японія, Паўднёвая Карэя, Сінгапур, Італія і інш.).

Як адзначалася ў справаздачы міжнароднай арганізацыі Human Rights Watch (HRW — «Вартавы правоў чалавека»), сітуацыя з COVID-19 вынесла на глабальны парадак дня пытанне аб захаванні інфармацыйных правоў грамадзян, прычым у шэрагу краін «улады не забяспечылі выкананне права на свабоднае выказванне меркаванняў, ужываючы санкцыі супраць журналістаў і работнікаў аховы здароўя», «у выніку гэта прывяло да абмежавання эфектыўнага інфармавання грамадства аб распаўсюджванні інфекцыі і да падрыву даверу да дзеянняў дзяржавы» (пераклад наш. — С. В.) [1]. Розныя формы маніпуляцыі ўяўляюць сабой стратэгіі стварэння ілжывай інфармацыі, якая прымае форму чутак, плётак, розных відаў неаўтарызаваных звестак, вербальнай агрэсіі [2], што адлюстроўвае распаўсюджванне ў сучаснай палітычнай камунікацыі «пост-праўдзівай» палітычнай культуры (англ. post-truth politics). Дадзенае паняцце, якое апісвае стварэнне ў сродках масавай інфармацыі якасці скажоных даных, было ўведзена ў абарот яшчэ ў 2010 г. публіцыстам Д. Робертсам (ЗША) [3].

У якасці прыкладаў памылковай камунікатыўнай стратэгіі прыводзіцца ўтойванне інфармацыі аб каранавірусе і аб колькасці хворых у Кітаі, несупадзенне афіцыйных і неафіцыйных даных па COVID-19 на фоне страты даверу мясцовымі СМІ ў Іране, судовыя скаргі ў дачыненні да інтэрнэт-рэсурсаў, якія крытыкавалі дзяржаўныя меры па барацьбе з эпідэміяй у Тайландзе, і да т. п. Наадварот, як станоўчы адзначаны вопыт Тайваня ў распаўсюджванні інфармацыі ў рэжыме рэальнага часу, Сінгапура — у мабілізацыі насельніцтва, Італіі — у правядзенні ўрадам агрэсіўнай інфармацыйнай кампаніі па супрацьдзеянні каранавірусу.

Відавочна, што сукупны інфармацыйны прадукт тэматычнага поля COVID-19, які размяшчаецца ў нацыянальных і сусветных СМІ, а таксама

адкрытых інтэрнэт-рэсурсах і каналах у месанджарах, значна пераўзыходзіць здольнасці індывіда да ўсвядомленага спажывання. І ўмовы свабоднага доступу да інфармацыі (або абмежаванне доступу да яе ў ступені, прадугледжанай міжнароднымі стандартамі), а таксама граматычная камунікацыйная палітыка дзяржавы не становяцца фактарамі поўнай рэалізацыі правоў homo communicativus. У такой сітуацыі індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры асабліва важны як ўмова недапушчэння спажывання ілжывай або некарэктнай інфармацыі — т. зв. фэйкаў (фальшывых навін), якія атрымалі папулярнасць у інтэрнэт-прасторы.

Фэйкам прынята лічыць інфармацыю, якая не адпавядае рэчаіснасці і наўмысна распаўсюджваецца ў медыя з мэтай дэзынфармавання грамадскасці, фарміравання фальшывага ўяўлення аб рэальнай карціне свету, правацыравання неадэкватных форм сацыяльнай актыўнасці шляхам маніпулявання грамадскай думкай (фарміравання «патрэбнага» меркавання). У сакавіку-красавіку 2020 г. у інтэрнэт-асяроддзі пачаўся значны рост колькасці фэйкавых паведамленняў, прысвечаных COVID-19. Напрыклад, у студзені 2020 г. інфармацыйнае агенцтва Sputnik News распаўсюдзіла інфармацыю аб тым, што каранавірус SARS-CoV-2 створаны чалавекам і ўяўляе сабой новы від біялагічнай зброі НАТА. Пазней праз арабскае падраздзяленне Sputnik гэтая інфармацыя была растыражыравана і ў блізкаўсходняй медыяпрасторы, і на іншых рэсурсах (напрыклад, на фэйкавай інтэрнэт-старонцы, нібыта створанай брытанскай вэшчальнай карпарацыяй BBC). Эксперты Цэнтра глабальнага ўзаемадзеяння (GEC — Global Engagement Center) адзначаюць таксама механізм стварэння глабальнай «фэйкавай экасістэмы», дзе ілжывае паведамленне з адной дзяржавы падхопліваецца СМІ іншых краін, тыражыруецца, а затым вяртаецца ў краіну паходжання пад выглядам эксклюзіўнай навіны з-за мяжы [4]. Так, вясной 2020 г. Міністр замежных спраў Кітая на сваёй інтэрнэт-старонцы змясціў рэпост інфармацыі з канадскага рэсурсу канспіралагічнай накіраванасці Global Research, дзе сцвярджалася, што вірус SARS-CoV-2 быў мэтанакіравана завезены ва Ухань амерыканскімі вайскоўцамі падчас Сусветных ваенных гульняў у кастрычніку 2019 г. Пры гэтым публікацыя ў Global Research была не аўтарскай, а ўяўляла сабой перавыданне матэрыялаў міжнароднай кітайскай газеты Global Times, якая выходзіць на англійскай мове.

Яшчэ ў лютым 2020 г. на Мюнхенскай канферэнцыі па бяспецы Сусветная арганізацыя аховы здароўя абвясціла аб небяспецы «масавай інфадэміі» («эпідэміі дэзынфармацыі»), звязанай з недастатковай альбо скажонай інфармацыяй аб вірусах, якая перашкаджае людзям атрымліваць

праўдзівыя дадзеныя і адпаведна ім карэктываваць свае паводзіны: «Фэйкавыя навіны распаўсюджваюцца хутчэй і прасцей, чым вірус. І яны настолькі ж небяспечныя» (пераклад наш. — С. В.) [4]. У цэнтры інфадэміі быў Кітай, краіна, дзе ўпершыню зарэгістравалі выпадкі захворвання. Замацаваўшыся ў масавай свядомасці (шмат у чым дзякуючы Інтэрнэту), вызначэнне «кітайскі вірус» негатыўна адбілася на знешнім іміджы КНР [5]. У сваю чаргу, інтэрнэт-рэсурсы Кітая актыўна абмяркоўвалі тэорыю распацоўкі SARS-CoV-2 ЦРУ ЗША для стрымлівання эканамічнага росту Кітая [6].

У красавіку 2020 г. інтэрнэт-партал EUvsDisinfo.eu, створаны для барацьбы з інфармацыйнай маніпуляцыяй, размясціў матэрыял «Паўтарэнне хлусні не ператварае яе ў праўду» (Repeating a lie does not make it true), у якім былі прааналізаваныя 5 асноўных фэйкавых навін, звязаных з COVID-19: «Вірус створаны ў ЗША», «Еўрасаюз не ў стане супрацьстаяць пагрозе», «Каранавірус не ўяўляе сур'ёзнай небяспекі», «Тое, што адбываецца — частка сакрэтнага плана сусветнай эліты», «Каранавірус, хутчэй за ўсё, быў створаны НАТА» [7]. У матэрыяле адзначана, што толькі за 1 месяц (з пачатку сакавіка да пачатку красавіка 2020 г.) у медыяпрасторы было размешчана 283 фэйкавыя навіны па разглядаемай тэматыцы на англійскай, рускай, арабскай, французскай і італьянскай мовах. Прыкладзём прыклады падобных навін: «ЕС мёртвы, ён кінуў Італію, якой дапамаглі толькі Кітай, Расія і Куба» (RT France, 1 красавіка 2020 г.), «Цынк забівае COVID-19» (RT Web Arabic, Aljournhouria, Dearborn, Alwatanvoice, Al-vefagh і інш., 3 красавіка 2020 г.), «Мутацыя каранавірусу выклікана распаўсюджваннем мабільных сетак 5G» (CZ Sputnik, 21 траўня 2020 г.), «Вакцыны не лечаць; іх вытворчасць — частка кампаніі па ўсталяванні новага сусветнага парадку» (Southfront.org, 24 траўня 2020 г.), «Беларуская апазіцыя плануе генацыд праз перададзеныя Пампеем і прафінансаваныя Сорасам тэсты на каранавірус» (Vitbich.org, 23 траўня 2020 г.), «Пандэмія COVID-19 была часткай плана эканамічнай вайны супраць Кітая, якая дала адваротны эфект» (NewsFront Spanish, 25 траўня 2020) і да т. п. Адзначым таксама праграму «Fake News: выкрыццё прапаганды», якая выходзіць на незалежным расійскім тэлеканале «Дождж». Аўтары Fake News аналізуюць прыклады дэзынфармацыі ў медыяпрасторы («Мы бярэмся за цяжкую працу — адсочваць галоўныя інфармацыйныя праграмы, каб зразумець, што нам хочучь унушыць праз маніпуляцыі лічбамі, словамі і відэакадрамі» (пераклад наш. — С. В.) [8]).

Ва ўмовах інфармацыйнай перагрузкі (якой з'яўляецца «дэмакратыя шуму», звязанага з тэматыкай каранавіруса) аўдыторыі, што не валодае належным узроўнем інфармацыйнай культуры, становіцца праблематычным

вызначаць, якія з прадстаўленых у Сеціве навін з'яўляюцца праўдзівымі, а якія маюць маніпулятыўны характар. Таму асаблівую актуальнасць набывае наяўнасць у грамадзян навыкаў самастойнай дыягностыкі спажываемага медыяпрадукту, выяўлення ў яго структуры прыкмет, якія дазваляюць аднесці тую ці іншую навіну да фэйкавай, дэзынфармацыйнай. Да ліку найбольш агульных крытэрыяў вызначэння дэзынфармацыі (фэйкавых навін) могуць быць аднесены наступныя:

1. Адсутнасць спасылак на першакрыніцу інфармацыі, выкарыстанне ананімных, нефармальных крыніц (напрыклад, «На ўмовах ананімнасці супрацоўнікі адной з клінік Мілана паведамілі, што...», «Група аўтарытэтных навукоўцаў-эпідэміёлагаў, якія праводзяць даследаванне ў ЕС, высветліла рэальную прычыну распаўсюджвання віруса», «Супрацоўнік МУС да таго, як быў затрыманы, паспеў перадаць нам інфармацыю... Імя супрацоўніка мы не маем права абвясчаць, бо гэта нясе пагрозу яго жыццю» і да т. п.). Часта ў дачыненні да падобнай інфармацыі паняцце аўтарства як такога не ўжываецца. У гэтай сувязі аўдыторыі рэкамендуецца ўважліва падыходзіць да выбару крыніц атрымання навін: рэдакцыйная палітыка буйных вясчальнікаў узроўню ВВС альбо Euronews абавязвае старанна правяраць любыя навіны да выхаду ў эфір ці размяшчэння на інтэрнэт-сайце (што, аднак, не з'яўляецца гарантыяй сапраўднасці інфармацыі).

2. Акцэнт на тым, што важная інфармацыя хаваецца ад аўдыторыі афіцыйнай уладай альбо іншымі зацікаўленымі суб'ектамі, дзеянні якіх накіраваны супраць інтарэсаў грамадства (напрыклад, «Разглядаемы ў парламенце законапраект, па словах экспертаў, накіраваны на ўзмацненне пазіцый дзяржаўных карпарацый і ўшчамленне правоў сярэдняга бізнесу», «Улада бяздзейнічае, а праблема прымае пагрозлівыя маштабы», «Рэальная колькасць інфіцыраваных, відавочна, пераўзыходзіць афіцыйныя лічбы ў дзясяткі разоў і не называецца»).

3. Наяўнасць аўдыявізуальнай інфармацыі, якая ў ізаляцыі ад кантэксту і каментарыяў не звязаная з абмяркоўваемай праблемай і можа дапускаць супярэчлівыя трактоўкі ў залежнасці ад мэты маніпулятара (напрыклад, кадры пустых паліц у невялікай краме могуць прывесці аўдыторыю да думкі аб харчовым крызісе ў маштабах краіны, а фатаграфія з палаты аддзялення інтэнсіўнай тэрапіі здольная падштурхнуць да думкі аб няздольнасці сістэмы аховы здароўя забяспечыць неабходнай дапамогай усіх, хто мае ў тым патрэбу).

4. Апеляцыя да эмоцый аўдыторыі без звароту да канкрэтных даных, колькасных і / ці якасных характарыстык з'явы (напрыклад, «Гэта пагроза, якой не пазбегнуць нікому», «Велізарная колькасць пенсіянераў апынецца пад

пагрозай у выніку рэформы», «Хутка золатавалютныя запасы ў краіне скончацца» і да т. п.).

Прыватным выпадкам такога інструменту маніпуляцыі з'яўляецца выкарыстанне «крыклівых» загатоўкаў (т. зв. «клікбейт» — англ. *clickbait* ад *click* — «шчаўчок» + *bait* — «прыманка»), якія прыцягваюць увагу аўдыторыі і павялічваюць шанцы інфармацыі быць успрынятай (напрыклад, «Ты не паверыш: лекі ад СНІДу растуць у звычайным агародзе!», «Ванга прадказала каранавірус», «COVID-19 — біялагічная зброя», «Глабальны ліберальны свет бурыцца», «Шэнгенская зона памірае» і да т. п.). Першапачаткова створаны для дасягнення рэкламных мэт, зараз клікбейт выкарыстоўваецца не толькі як інструмент дэзынфармавання, але і як сродак для распаўсюджвання ў Інтэрнэце шкоднаснага праграмнага забеспячэння або здзяйснення ашуканскіх аперацый: «У выніку пераносу гэтага тыпу загатоўка на іншыя віды медыйных тэкстаў <...> пашыраюцца магчымасці онлайн-выданняў, якія валодаюць для гэтай задачы патрэбнымі тэхнічнымі сродкамі і забяспечваюць дасягненне стратэгічнай мэты: прамывання мазгоў, замбіравання людзей і стварэння феномена заражэння натоўпу, уключаючы з'яву масавага псіхозу» (пераклад наш. — С. В.) [9, с. 57]. Клікбейт, аднак, лёгка распазнаць пры наяўнасці нават мінімальнага ўзроўню інфармацыйнай кампетэнтнасці па наступных прыкметах: а) інтрыгуючы характар; б) выкарыстанне займеннікаў другой асобы («ты», «вы»), якія ствараюць ілюзію дыялогу з рэцыпіентам; в) выкарыстанне знакаў мадальнасці (клічныя і пыталыныя знакі, шматкроп'е); г) гіпербалізацыя і залішнія эпітэты; д) спасылкі на шакіруючыя фатаграфіі і анонсы; е) абяцанне простага атрымання выгады, прыбытку, лёгкага заробку праз доступ да эксклюзіўнай інфармацыі, схаванай ад звычайнага чалавека [10].

Агульнымі мэтамі распаўсюджвання фэйкавых навін, якія цыркулююць у палітычным дыскурсе, згодна з пазіцыяй амерыканскага палітолага Дж. Міршэймера, з'яўляюцца: а) утойванне праўды альбо прадудцыраванне інфармацыі, якая не адпавядае рэчаіснасці; б) атрыманне палітычных выгод або канкурэнтных пераваг, стратэгічнае ўтойванне сапраўдных мэт міждзяржаўнай дзейнасці [11]. З гэтага пункта гледжання скажэнне інфармацыйнай карціны рэчаіснасці з'яўляецца непазбежнай з'явай, а назіраемая ў 2020 г. інфадэмія, звязаная са спекулятыўным выкарыстаннем тэматычнага поля COVID-19 — аб'ектыўным следствам актуальнага стану глабальнай медыясферы. Іншымі словамі, адказ на пытанне «Ці магло быць інакш?» гучыць адназначна адмоўна.

Згаданыя ў артыкуле працэсы, якія адбываюцца ў сучаснай камунікатыўнай прасторы, а таксама тэндэнцыі выкарыстання інфармацыйных рэсурсаў у мэтах атрымання палітычнай, эканамічнай ці ідэалагічнай выгады,

фактычнай легалізацыі маніпулятыўных тэхналогій у якасці інструменту канкурэнцыі патрабуюць актуалізацыі існуючых медыяадукацыйных праграм і перагляду падыходаў да іх зместу. Інфармацыйная грамаднасць як мэта медыяадукацыі і адзін з арыенціраў агульнагуманітарнай падрыхтоўкі асобы, на наш погляд, можа быць сфарміравана на масавым узроўні толькі ва ўмовах узаемадзеяння адукацыйнага і навуковага асяроддзя, палітычных інстытутаў, структур грамадзянскай супольнасці і, што асабліва важна, прафесійных і незалежных СМІ, накіраваных на распаўсюджванне аб'ектыўнай інфармацыі і развіццё кампетэнтнасці сваёй аўдыторыі.

1. COVID-19 и права человека [Электронный ресурс] // Human Rights Watch : официальный сайт организации. URL: <https://www.hrw.org/ru/news/2020/04/01/340211> (дата обращения: 07.04.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Иванова С. В., Чанышева З. З. Технологии дискурсивного оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа // Политическая лингвистика. 2014. № 2 (48). С. 39–49. [Вернуться к статье](#)

3. Roberts D. Post-truth politics [Electronic source] // Grist.org: e-magazine. URL: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/> (date of access: 23.03.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Фейки о коронавирусе: как COVID-19 стал «биологическим оружием» [Электронный ресурс] // Сайт издания «Deutsche Welle». URL: <https://www.dw.com/ru/фейки-о-коронавирусе-как-covid-19-стал-биологическим-оружием/a-52981908> (дата доступа: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

5. Пекин возмутился названием «китайский вирус» для COVID-19 [Электронный ресурс] // Сайт газеты «Известия». URL: <https://iz.ru/983098/2020-03-04/v-kitae-vozmutilis-nazvaniem-kitaiskii-virus-dlia-covid-19> (дата обращения: 14.04.2020). [Вернуться к статье](#)

6. China's rulers see the coronavirus as a chance to tighten their grip [Electronic source] // The Economist Newspaper. URL: <https://www.economist.com/china/2020/02/08/chinas-rulers-see-the-coronavirus-as-a-chance-to-tighten-their-grip> (date of access: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

7. Repeating a lie does not make it true [Electronic source] // EUvsDisinfo.eu : database. URL: <https://euvsdisinfo.eu/repeating-a-lie-does-not-make-it-true/> (date of access: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

8. Fake News [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь»: официальный сайт. URL: https://tvrain.ru/teleshov/fake_news/ (дата доступа: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

9. Чанышева З. З. Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках // Вестн. Перм. нац. исследовательского политехнического ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. 2016. № 4. С. 54–62. [Вернуться к статье](#)

10. The Art of Clickbait [Electronic source] // SOMIIBO : Social Media Automation and growth service. URL: <https://somiibo.com/blog/the-art-of-clickbait/> (date of access: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

11. Mearsheimer J. J. Why Leaders Lie. The Truth about Lying in International Politics [Electronic source] // Ebooks-share.net: electronic library. URL: <http://www.ebooks-share.net/whyleaders-lie-the-truth-about-lying-in-international-politics/> (date of access: 15.02.2020). [Вернуться к статье](#)